

Catalunya Fruïters

exemplar gratuït



| Trobada 2018 del Gremi de Fruïters |
| Mercabarna construeix el primer Mercat ECO d'Espanya |
| 30è aniversari del canvi d'horari del Mercat Central |



elijo 
poma de
girona
rotació geogràfica integrada

Confío en quien **ama**
y **conoce** la tierra.

Valoro los productos
que **cuidan** de los míos.

Y tú, ¿por qué la eliges?

Con la colaboración de

 Govern de Catalunya
Departament d'Agricultura, Ramaderia,
Pesca i Alimentació i Medi Natural

 Departament d'Agricultura,
Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya

www.pomadegirona.cat

 girona



SUMARI

ANY XXIV. ÈPOCA II. NÚM. 122. OCTUBRE - DESEMBRE DE 2018

EDITORIAL

- 3** Som professionals de la fruita i hortalissa
GREMI
- 6** Més usuaris de la targeta de pagament TPG
- 7** Promoció Gaudeix menjant amb la TPG
- 12** Trobada 2018 del Gremi de Fruïters
- 13** Taules rodones
- 14** El valor d'una marca
- 15** Construïnt bones marques
- 16** Les imatges de la Trobada
- 19** Calendari 2019 del Gremi de Fruïters
Distintiu del Gremi de Fruïters
MERCABARNA
- 4** Mercabarna construeix el primer Mercat ECO d'Espanya
MAJORISTES
- 20** 30è aniversari del canvi d'horari del Mercat Central
NOTES
- 10** Les Regions Ultraperifèriques d'Europa, protagonistes de l'exposició fotogràfica Exotic Taste of Europe
UNIQU premia la fidelitat dels majoristes
- 22** Sandía Fashion, "Sabor Saludable" tot l'any
Afrucat-Espai Fruita, nova seu social d'Afrucat
APARADOR
- 24** Degustacions de l'alvocat Exótica Premium
- 26** Meló ecològic de Bruñó
- 27** CALENDARI



EDICIÓ

Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona
Mercabarna. C/Major, 75
Pavelló G, 3a planta, 5è despatx
08040 Barcelona
Tel 93 335 53 37 - 93 335 50 40
Fax 93 263 03 80
gremifruïters@gremifruïters.com
Segueix-nos a Catalunya Fruïters

DIRECCIÓ

Àlex Torres

COORDINACIÓ, DISSENY I

MAQUETACIÓ, REDACCIÓ I PUBLICITAT

Oscar Ortega. 610 211 323

hola@oscarortega.biz

www.oscarortega.biz



CONSELL DE REDACCIÓ

Tino Mora, Àlex Torres i O. Ortega.

ADMINISTRACIÓ

Servi Gremi, sl

Tel 93 335 53 37

Fax 93 263 03 80

PREIMPRESSIÓ I IMPRESSIÓ

Publies, sl

REVISIÓ LINGÜÍSTICA

Glòria Trias

DIPÒSIT LEGAL

B-13.866-03

COL·LABORADORS

AGEM, IMMB, MERCABARNA.

EDITORIAL

**Josep Frabregat i Basagañas**

Vicepresident

del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona

Som professionals de la fruita i hortalissa

Som un col·lectiu molt present, dinàmic i animador de la vida social i econòmica dels barris i, concretament, dels barris de la ciutat de Barcelona, model de ciutat de mercats municipals i part reconeguda de la marca Barcelona.

Som professionals de la fruita i hortalissa que cada dia estem a les nostres parades de mercat i botigues de carter assessorant i aconsellant als nostres clients, als consumidors finals, és a dir, al gran públic. Tenim relació directa i tracte personal amb el comprador que es transforma en el dia a dia en un vincle i llaç de confiança que no té cap altre format de venda de fruita i hortalissa.

Som els autèntics prescriptors de fruita i hortalissa alhora que recollim les inquietuds del consumidor. Som la cara i la veu de les fruites i hortalisses, aliments bàsics per a una dieta sana i equilibrada d'un estil de vida saludable.

Hem de posar en valor la nostra professió de fruïter i saber guiar al nostre client i consumidor perquè torni a les nostres parades i fruïteries on trobarà sempre un professional disposat a ajudar i a donar resposta a les seves inquietuds.

D'altra banda, acabem de celebrar la nostra Trobada 2018 sota el títol *Marques: valors i comunicació*. Ja són cinc edicions. La Trobada és un èxit del Gremi de Fruïters i de tots els col·laboradors i participants, tant particulars com entitats.

La Trobada és una mostra molt il·lustrativa de les iniciatives del Gremi de Fruïters en benefici de tots. Cal animar als fruïters a fer pinya al voltant del Gremi perquè tots hi sumem i és la manera d'aconseguir tenir més força com a col·lectiu •

L'opinió de la revista només s'expressa en l'editorial. Les opinions que s'exposen als articles d'aquesta publicació són responsabilitat únicament dels seus autors. Per reproduir parcialment el contingut de la revista cal demanar permís per escrit al Consell de Redacció i esmentar la font informativa. La inserció de publicitat no vol dir que l'entitat editora hagi aprovat el producte o servei que s'insereix.



Mercabarna construeix el **primer Mercat ECO d'Espanya**

Mercabarna construeix el primer mercat majorista d'aliments frescos ecològics d'Espanya responent a la creixent demanda d'aquests aliments.

L'11 de desembre Mercabarna va posar la primera pedra del primer mercat majorista d'aliments frescos ecològics d'Espanya. El **Mercat Bio** ha estat dissenyat, d'una banda, per donar resposta a la creixent demanda d'aliments ecològics per part dels ciutadans i ciutadanes de Catalunya, i d'altra, per l'aposta de la ciutat de Barcelona com a signatària del pacte de Milà per un model alimentari sa i sostenible. Mercabarna aposta per posar en valor la comercialització d'aquests aliments i facilitar així la seva distribució.

En l'acte de col·locació de la primera pedra, l'alcalde de Barcelona ha afirmat que "al 2015 vam ser moltes les ciutats que vam signar el Pacte de Milà per promoure l'alimentació saludable a les nostres ciutats i la sobirania alimentària. I això necessita no només que hi hagi interès ciutadà, que hi és, no només accions voluntàries, sinó que hi hagi infraestructures ambicioses com el Biomarket, que puguin donar resposta a un territori gran amb alta demanda com és no només la ciutat de Barcelona sinó tota l'Àrea Metropolitana".

OBJECTIUS. Mercabarna construeix el nou mercat majorista Bio amb cinc objectius clau. Primer, apropar aquests productes a les persones de Catalunya que desitgen consumir aliments ecològics a través dels seus centres de compra habituals, el comerç detallista i la restauració (HORECA).

Segon, donar resposta a la creixent aposta actual del sector majorista i de l'agricultura de proximitat per aquest tipus d'aliments, construint un mercat que en concentrar l'oferta d'aquests productes hi doni una major visibilitat.

Tercer, agrupar les empreses majoristes que comercialitzen aquests aliments en un mateix recinte per promoure la competència entre elles i, per tant, la varietat d'oferta i la millor relació qualitat-preu per als ciutadans.



D'esquerra a dreta: Josep Tejero, director general de Mercabarna; Ada Colau, alcaldessa de Barcelona i Agustí Colom, regidor de Comerç i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona i president de Mercabarna.

Quart, facilitar als petits i mitjans productors locals ecològics la comercialització dels seus productes en bones condicions per la seva viabilitat econòmica.

I per acabar, oferir unes instal·lacions específiques per a aliments biològics i agrupar l'oferta d'aquests productes en un recinte que facilitarà els controls higiènic sanitaris, d'etiquetatge de certificació de producte ecològic i de traçabilitat.

EL PROJECTE. El mercat majorista bio segueix el concepte i disseny d'èxit de la resta de mercats de Mercabarna, un passadís central i parades per a la venda majorista als dos costats. Cada lateral disposa de molls i zona de càrrega i descàrrega. A la zona interior d'accés principal del mercat s'ubicarà un espai per a la venda directa d'agricultors locals.

L'edifici s'ha dissenyat per reduir al màxim el consum energètic, utilitzant fonts d'energies renovables i elements passius de climatització.

El nou mercat bio comercialitzarà sobretot fruites i hortalisses, però també hi haurà punts de venda d'altres aliments frescos (per exemple, productes carnis).

Mercabarna té una previsió de captació inicial de negoci del 20%



(23.662 tones/any) del total de fruita i hortalissa ecològica comercialitzada a Catalunya.

Es preveu que el Biomarket estigui acabat el primer trimestre de 2020 i tindrà el mateix horari de venda que el Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna, de dilluns a divendres, de 9 a 17 h.

CERTIFICADORA OFICIAL. El CCPAE (Consell Català de la Producció Agrària Ecològica), el qual té funció d'auditar i certificar les empreses que comercialitzen productes agroalimentaris ecològics a Catalunya, disposarà d'un espai per oferir garantia de qualitat •

Informació facilitada per Mercabarna



PERAS MONTE AGUARES, PERAS DE ALTURA



VOLANDO VOY,
VOLANDO VENGO...



Monte Aguares

Cultivamos la mejor pera de altura
a las puertas del Pirineo Aragonés.

Monte Aguares

es una marca de Prats Fruits

Contáctanos en: monteaguares@pratsfruits.com



www.pratsfruits.com



La més dolça

www.sandiafashion.com



*Sandia Fashion és un altíssim nivell de fruita seleccionada de qualitat, amb un 100% de fruita natural. La fruita seleccionada de qualitat és la fruita que es selecciona de les millors varietats i es selecciona a un nivell de qualitat molt alt. La fruita seleccionada de qualitat és la fruita que es selecciona de les millors varietats i es selecciona a un nivell de qualitat molt alt. La fruita seleccionada de qualitat és la fruita que es selecciona de les millors varietats i es selecciona a un nivell de qualitat molt alt.



Més usuaris de la targeta de pagament TPG

Amb la targeta TPG, l'empresa majorista cobra al comptat, no a crèdit, i es facilita així immediatesa en el cobrament de les factures.

Les xifres de tancament de l'activitat de la **Targeta Pagament Gremi (TPG)** del tercer trimestre de l'exercici 2018 apunten a la consecució del repte d'enguany d'arribar prop dels tres milions.

Destacar, en aquest trimestre, l'increment del nombre de titulars de targetes TPG que incrementa el seu ús. Així, el nombre d'empreses majoristes adherides al sistema de pagament mitjançant la targeta TPG i el nombre de targetes en circulació són dos fets que incrementen el volum d'operacions de la TPG.

Creix el nombre de compradors que utilitzen la TPG com a sistema de pagament de liquidacions de les seves compres a les empreses del Mercat Central

La lectura de les dades de la TPG reflecteixen trimestre a trimestre, any rere any, la seva consolidació com a sistema de pagament de liquidacions de les compres dels clients de les empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.

La tasca constant de promoció i informació del Gremi de Fruïters entre compradors i majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna, i també la pròpia dinàmica d'ús de la TPG, són factors que ajuden a dibuixar l'esmentada línia ascendent de la TPG. En aquesta línia de treball, també ajuden les campanyes promocionals que el Gremi de Fruïters du a terme per potenciar la TPG entre els compradors i els majoristes del Mercat Central de Mercabarna.

Tot plegat dibuixa una línia ascendent de la TPG i una projecció de futur amb un clar recorregut de possibilitats de creixement en nombre d'empreses majoristes adherides i de titulars de la targeta.

Empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna adherides a la TPG

EMPRESA	PAVEL·LÓ	NÚMERO
Torres Hnos y Sucs	A	1021 - 1024
Capella Fruïtes	A	1038 - 1040
Frutas y Verduras Flores	A	1060 - 1062 i 1029 - 1030
Hnos. González Pastoret	B	2001 - 2003
Fruïtes Ràfols	B G	2030 7029 - 7031
Fruïtes Joan Serra	B	2050
Churry	C	3034 - 3036
Deltabarna	C	3041 - 3044
Fruïtes i Hort. Gavà	C	3057 - 3060
Visa Fruïtes	D	4022 - 4025 i 4028 - 4031
Plátanos Ruiz	D E	4038 5010
Fruïtes Artés	E	5001 - 5002
A. Martín Solà	E	5005 - 5006
Maleubre-Cano	F	6015 - 6018
Fruïtes i Verdures Ardiaca	F	6023 - 6024
Laumont	F	6029 - 6030
Fruïtes Figueres	F	6037 - 6039
Prats Fruïtes	F	6047 - 6050
Montse Fruïtes i Verdures	G	7009 - 7010
F. Pau	G	7011 - 7014
Fruïtes Llonch	G	7034 - 7037

>>>Actualment hi ha un total de 21 empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna, associades a l'AGEM, adherides al sistema de pagament a través de la TPG, que sumen unes 80 de parades repartides entre els set pavellons del Mercat Central on el soci del Gremi de Fruïters pot pagar còmodament les seves compres amb la TPG.

COL·LECTIU. La TPG és un exemple més dels projectes que dur a terme el Gremi de Fruïters en benefici de tot el col·lectiu. Aquesta iniciativa va comptar amb un treball previ bastant important, complexe i laboriós fins a arribar a la confecció d'aquesta targeta i al seu llançament a l'últim trimestre del 2014.

CARACTERÍSTIQUES. La TPG és un sistema de pagament impulsat i promogut per al Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, i compta amb la col·laboració de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM), amb el suport logístic de Banc Sabadell i amb l'assistència tècnica de Reset Control.

SER SOCI DEL GREMI. Remarcar que és condició indispensable ser soci del Gremi de Fruïters per disposar i gaudir de la TPG.

QUÈ ÉS LA TPG? La TPG és una targeta de crèdit totalment gratuïta, sense cap cost de manteniment i personalitzada amb la imatge del Gremi de Fruïters de Barcelona.

Aquesta targeta és una alternativa de liquidació al comptat de les compres efectuades a les empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna associades a l'AGEM que s'adhereixin de forma voluntària a aquest sistema de pagament.

AVANTATGES PER AL FRUITER. La TPG té com a principal al·licient per als detallistes un interessant descompte d'un 2% cada 3 mesos de totes les compres efectuades a través d'aquesta targeta.

Altres avantatges són que amb la TPG el fruïter paga al comptat, sense necessitat de tràmits en metàl·lic ni xecs bancaris, i que amb la TPG pot gestionar millor les seves compres i es facilita el pagament a les empreses majoristes del Mercat.

AVANTATGES PER AL MAJORISTA. El principal benefici per als majoristes és que podran veure alleugerir-se les pòlisses de crèdit que demanen als bancs i, així, podran estalviar interessos en el volum de pòlisses de crèdit.

El Gremi de Fruïters impulsa i promou el sistema de pagament TPG entre els fruïters i les empreses majoristes

Remarcar que és condició indispensable i necessària ser soci del Gremi de Fruïters per disposar i gaudir de la TPG

Altres avantatges són que, amb la TPG, el majorista cobra al comptat, no a crèdit, i es facilita així immediatesa en el cobrament de les factures, a través dels TPV de Banc Sabadell, i s'elimina el risc d'impagament.

WEB. A **www.gremifruïters.com** es pot descarregar el díptic informatiu sobre que és i com funciona la Targeta Pagament Gremi de Fruïters (TPG) •



>>>Promoció **Gaudeix menjant amb la TPG**

Els guanyadors fruïran d'un exclusiu menú degustació per a 2 persones al restaurant Barceloneta.

>>>Els socis del Gremi de Fruïters guanyadors de la promoció que fruïran d'un menú **degustació per a 2 persones al restaurant Barceloneta** són:

Robert Díaz
Carles Font
Neus Forés
Eduard Pinyol
Josep Torres

El passat mes d'octubre es va dur a terme el sorteig de la promoció

Gaudeix menjant amb la TPG entre tots els usuaris de la targeta TPG que durant els mesos de juliol, agost i setembre van realitzar com a mínim una compra amb aquest mitjà de pagament a les empreses majoristes del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna adherides a la TPG. Cal recordar que és condició indispensable ser soci del Gremi de Fruïters per disposar-ne i fer-ne ús de la TPG •



KIWIS ZESPRI®,

SABOR I QUALITAT

ELS 365 DIES DE L'ANY

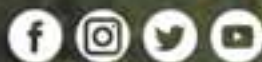
A Zespri® ens esforcem per oferir qualitat i estar presents durant tot l'any.

El Sistema Zespri®, únic al sector, garanteix una producció amb uns estàndards estrictes de qualitat i mediambientals. Disposem de conreus permanents als dos hemisferis, cosa que ens permet garantir que milers de llars gaudeixin cada dia del millor sabor i textura dels kiwis Zespri®.



www.zespri.es

Segueix-nos a:





GAUDEIX DELS KIWIS ZESPRI®

DURANT TOT L'ANY

Al contrari de moltes fruites de temporada, és possible gaudir dels kiwis Zespri® en qualsevol època de l'any. I és que Zespri® ha aconseguit allò que semblava impossible: oferir els seus kiwis durant tot l'any, sempre amb una alta qualitat i un sabor inconfusible en totes les varietats.



Més presents que mai en els nostres hàbits de consum i compra, cada dia més persones aprecien el **sabor i l'aportació nutricional dels kiwis Zespri®**, sempre presents, independentment de la temporada. Però, com és possible?



La producció en els dos hemisferis, amb condicions climàtiques i de cultiu similars, permeten la disponibilitat dels kiwis Zespri® en qualsevol moment de l'any. A més, gràcies al **Sistema de Qualitat Zespri®**, instaurat en totes les plantacions de Zespri® arreu del món, **és possible garantir que el consumidor rebrà en tot moment un producte natural, nutritiu i deliciós.**



Aquest mètode és l'encarregat de regular des del cultiu fins a l'arribada dels kiwis Zespri® als establiments, amb un exhaustiu control de qualitat en totes les etapes del procés, des de la selecció de terrenys per a la plantació dels kiwis Zespri® fins al cultiu, la collita, l'empaquetatge, l'emmagatzematge i el transport.

Només així és possible complir amb la garantia de qualitat i sabor que fa que Zespri® sigui inconfusible. Una promesa que dia a dia es compleix en els punts de venda gràcies al compromís per oferir sempre el millor, tal com demana el consumidor. Independentment de l'estació que sigui, es manté el sabor i la qualitat de sempre.

Per a més informació entra al web www.zespri.es

Les Regions Ultraperifèriques d'Europa, protagonistes de l'exposició fotogràfica Exotic Taste of Europe

Les organitzacions professionals del sector plàtan i banana europeus han unit esforços per informar i sensibilitzar els consumidors del continent europeu sobre els productes agrícoles originaris de les RUP.

Aquesta exposició s'emmarca dins la campanya **Exotic Taste of Europe** que dona a conèixer les característiques de la producció agrícola de les RUP en 6 països de la Unió Europea.

El centre comercial La Vaguada de Madrid va acollir l'exposició fotogràfica que forma part de la campanya d'informació i promoció posada en marxa per les organitzacions professionals del sector del plàtan i banana europeus (UGPBAN, per Guadalupe i Martinica; GESBA, per Madeira i ASPROCAN per Canàries), amb l'ajuda de la Unió Europea.

La mostra, que es va poder visitar gratuïtament, presenta imatges i textos relacionats amb el cultiu de fruites i hortalisses en les esmentades regions ultraperifèriques de tres països europeus: França, Portugal i Espanya, respectivament.

Fotografies de plantacions agrícoles, les diferents tasques dels agricultors, així com primers plans dels animals que habiten en aquestes zones i que són indispensables per a l'equilibri ecològic, despertaran l'interès dels visitants.

Les organitzacions ASPROCAN, UGPBAN i GESBA representen més de 10.000 productors de plàtans i bananes europees que han unit esforços per informar i sensibilitzar als consumidors del continent europeu sobre els productes agrícoles originaris de les RUP i de l'etiquetatge de la UE, que certifica el seu origen i qualitat.



AGRICULTURA. Un altre gran objectiu d'aquesta iniciativa conjunta és destacar la importància de l'agricultura per a l'economia i el medi ambient en aquestes regions tenint en compte que el cultiu del plàtan o la banana a Canàries, Martinica i Guadalupe i Madeira concentren prop de 30.000 llocs de treball en regions fortament afectades per la desocupació estructural.

L'exposició fotogràfica que es va celebrar a l'octubre a Lisboa, viatjarà des de Madrid a París, Brussel·les, Varsòvia i Berlín ●



UNIQ premia la fidelitat dels majoristes

Durant el passat mes de desembre i com és habitual en els darrers anys, el segell de qualitat **UNIQ**, l'envàs agrícola dissenyat i avalat pel conjunt de la indústria espanyola del cartró ondulat, va donar un obsequi a les empreses majoristes dels principals mercats centrals de fruites i hortalisses per agrair la seva fidelització.

Fa més de 20 anys que **AFCO**, l'Associació Espanyola de Fabricants d'Envasos i Embalatges de Cartró Ondulat, promotora del segell de qualitat UNIQ, dur a terme un estudi d'envasos en els principals mercats que confirma la posició de lideratge d'aquest envàs agrícola. Remarcant la tasca d'UNIQ d'establir i potenciar vincles d'unió entre els valors de la marca i el col·lectiu majorista.

CLAU DE L'ÈXIT. Les caixes agrícoles UNIQ se sotmeten a estrictes assajos dirigits pel Comitè Tècnic responsable de controlar els paràmetres de qualitat exigits perquè un envàs es pugui considerar apte per ser estampillat amb el segell de qualitat UNIQ.

La clau de l'èxit se centra, principalment, en haver sabut escoltar i oferir una solució a mida per fer arribar les fruites i hortalisses fresques al consumidor final en perfecte estat. En aquesta línia de treball d'oferir eines útils de treball per al sector s'emmarquen l'App tucajauniq i el vídeo tutorial.

L'APP I VÍDEO. Amb l'App (www.tucajauniq.com) qualsevol operador de fruita i hortalissa pot accedir al tipus d'envàs agrícola de cartró ondulat que més li convingui segons les característiques del producte, la caixa i el transport.

El vídeo mostra les directrius per als processos de muntatge, paletitzat i càrrega d'envasos amb punts clau com els palets a emprar, muntatge en màquina i com paletitzar un envàs hortofructícola avalat pel segell de qualitat UNIQ ●



Què cal saber sobre l'etiquetatge de les fruites i hortalisses fresques



Generalitat de Catalunya
Agència Catalana
del Consum



L'Agència Catalana
del Consum
recorda que les
fruites i les hortalisses
que es posen a la venda
han d'estar
etiquetades correctament



L'etiqueta ha de contenir
obligatòriament les dades següents:

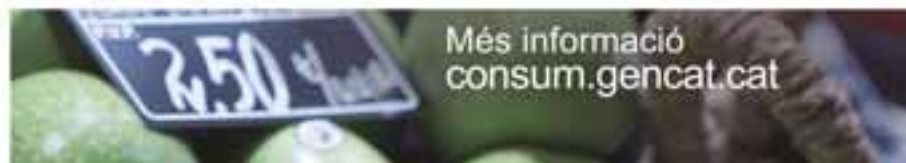
1. La denominació comercial del producte
2. El preu per unitat de mesura (quilo, etc.)
3. La zona d'origen



I quan calgui...

4. La varietat
5. La categoria
6. El calibre
(diàmetre/pes/longitud)

L'ACC duu a terme les actuacions
d'inspecció i de control necessàries per
garantir que les empreses i establiments
compleixen amb la normativa de protecció
dels interessos generals dels consumidors



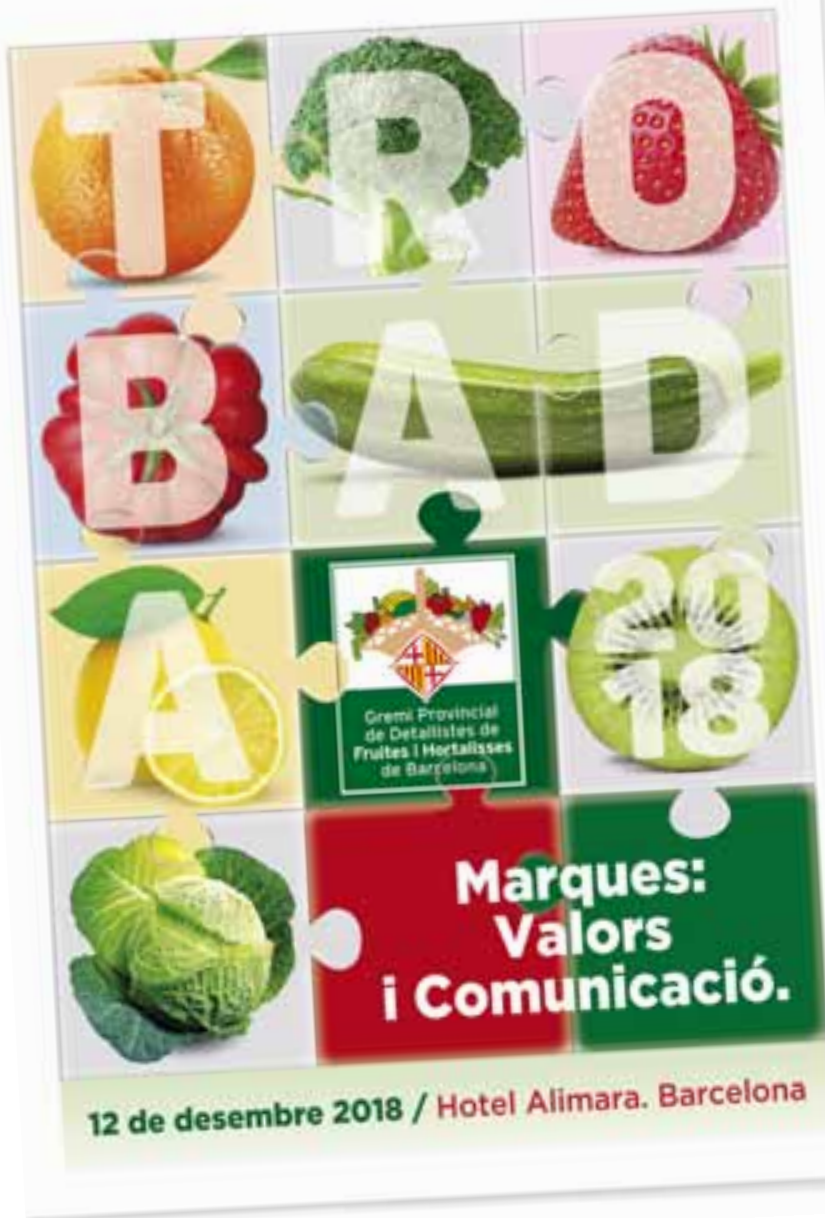
Més informació
consum.gencat.cat



Generalitat de Catalunya
Agència Catalana
del Consum

Trobada 2018 del Gremi de Fruïters

Marques: valors i comunicació va ser el títol de la cinquena edició de la Trobada del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona que va comptar amb la presència de detallistes, majoristes i operadors i representants de diverses entitats del sector de fruita i hortalissa.



En la seva cinquena edició, la Trobada 2018 que se celebrà el passat 12 de desembre fou tot un èxit.

La Trobada va seguir el mateix format que a les darreres edicions amb tres grans apartats –tècnic, lúdic i sopar– donant més protagonisme al contingut de les taules rodones.

Enguany, sota el títol **Marques: valors i comunicació** es van dur a terme dues taules rodones amb ponents experts, especialistes i qua-

lificats en cadascuna de les matèries.

Els temes de les taules van ser: *El valor d'una marca i Construint bones marques.*

Van assistir a la Trobada 2018 detallistes, majoristes, altres operadors hortofructícoles i representants de diverses entitats del sector.

Després de les interessants taules rodones i just abans de la cloenda i el sopar, Víctor Parrado, còmic, monologuista, artista polifacètic i mestre de cerimònies va delectar als

assistents amb un monòleg fet a mida per l'ocasió amb moments molt divertits i desenfadats que arrencar les rialles dels assistents.

La Trobada es va tancar amb un sopar informal on es van poder intercanviar opinions i, com no podia ser d'altra manera, fruites i hortalisses van ser les protagonistes.

ENTITATS. Les entitats que van participar a la Trobada: Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona, Mercabarna, Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i província a Mercabarna (AGEM), Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) i Associació de Mercats de Catalunya (AMMC).

PRESENTACIÓ. Tino Mora, president del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona, va donar la benvinguda a tots els assistents a la Trobada 2018.

Va obrir el debat sobre el títol d'aquesta trobada: Marques: valors i comunicació.

Mora va reflexionar sobre dues premisses. Primera, els professionals fruiters treballem amb producte saludable i, segona, el consum de fruites i hortalisses es baixa. A partir d'aquí van llençar la pregunta de si el fruïter no comunica prou bé les virtuts del producte que ven, sent com és l'autèntic prescriptor de fruites i hortalisses. Tot això, gràcies a la relació directa i tracte personal que es transforma en un vincle de confiança amb el client, amb el consumidor final.

Altrament, **Agustí Colom**, regidor de Turisme, Comerç i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona i president de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB), va incidir amb el benefici econòmic i social dels mercats de la ciutat.

L'extensa oferta de producte de qualitat i la funció de prescriptors dels paradistes aporten més valor afegit al concepte "compra al mercat".



Des de l'esquerra: Tino Mora, president del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona; Agustí Colom, regidor de Turisme, Comerç i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona i president de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB); i Muntsa Vilalta, directora general de Comerç de la Generalitat de Catalunya.

>> Taules rodones de la Trobada

Va parlar del nou Mercat Bio que construeix Mercabarna, una vegada més pionera a l'estat espanyol perquè està atenta a les noves tendències.

Va incidir amb Mercabarna com exemple de col·laboració entre administració i empresa privada.

En clau marca, va declarar que "la marca serveix per diferenciar-se".

CLOENDA. A la cloenda de la Trobada 2018 i abans de donar la paraula a **Muntsa Vilalta**, directora general de Comerç de la Generalitat de Catalunya, Tino Mora va convidar als assistents a treure les seves pròpies conclusions sobre els continguts de les taules rodones.

Va acabar dient que "tenim una part dels millors productes, el millor mercat central, i els millors mercats municipals del món i, és clar, els millors detallistes del món".

Muntsa Vilalta va comentar que "aquesta trobada s'ha convertit en un aforament de reflexió sobre el sector" i va animar a "continuar reflexionant".

De les paraules de Vilalta també es desprèn la bona professionalitat dels fruïters dels mercats i fruïteries •

Fotos de la Trobada 2018: @vdorse



>> Com en edicions anteriors de la Trobada del Gremi de Fruïters, **Alfons Viñuela**, consultor de Retail Màrqueting, va moderar les dues taules rodones de manera elegant, àgil i neutre •

>> **El valor d'una marca**

Ponents: Marc Taribó, Jaume Flores, Tom Ardiaca, Josep Fabregat i Ramon Sentmartí.



En la seva intervenció, **Marc Taribó**, gerent de Camarasa Fruits, va declarar que “els valors de cada marca depenen de cada empresa” i “la marca et diferencia segons quins conceptes”. En aquest sentit va explicar en clau particular que l'esmentada diferencia rau en conceptes com qualitat i servei derivat d'anys de treball, de cercar els millors productes on “el consumidor reconeix la marca”.

Altres conceptes que va esmentar són l'exposició de productes i la ubicació de la fruïteria en llocs estratègics.

“Amb algunes excepcions –marques de cítrics i melons i síndries–, el sector de fruites i hortalisses és l'últim que ha arribat al marquisme” i “la marca permet posicionar el producte i promocionar-lo” van ser algu-



La marca permet posicionar el producte, poder dur a terme promocions i ser reconeguda per al client i consumidor final

nes de les declaracions de **Jaume Flores**, de Frutas i Hortalizas Flores.

També va definir que “el prestigi es guanya dia a dia treballant i amb molt esforç” i que “cal fidelitzar al client perquè repeteixi”.

Des d'una vessant comercial, de les paraules de Flores es desprenen idees com la del productor que intenta donar la màxima presència a la seva marca i no vol competència entre operadors, és a dir, canibalisme de marca.

En l'àmbit de comunicació entre majorista i detallista va remarcar la necessitat d'una bona relació per fer bé les coses.

Tom Ardiaca, de Fruïtes i Verdures Ardiaca, va incidir sobre diferents punts relacionats amb la marca. “Una marca ha de transmetre una filosofia i ha de buscar l'excel·lència”. En aquesta línia de pensament, convida a “l'autocrítica” i defineix l'excel·lència com “la millora continua”.



Ardiaca emmarca aquestes paraules amb l'espai de creació i comercialització de marca i, des d'un punt de vista pràctic, va apuntar que “cal donar paràmetres per una marca”, com és el cas de la marca Torres de cítrics, i “no canibalitzar la marca”.

Josep Fabregat, vicepresident del Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i fruïter del mercat de Les Corts, va declarar que “cal tractar al detallista de fruita i hortalissa com un professional més que com un venedor” i per evolucionar “si no preguntes, no aprens”.

Va insistir amb la tasca de prescriptor del detallista davant de la clientela on “juga un paper molt important l'empatia”.

Ramon Sentmartí, director gerent de Promotora d'Exportacions Agroalimentàries Catalanes (PRODECA), va emfatitzar els valors de les DOP (Denominació d'Origen Protegida) i de les IGP (Indicació Geogràfica Protegida). En aquest sentit, va comentar que “hi ha un consumidor interessant en el producte de proximitat i de benefici del territori” i que Prodeca participa en diverses fires i activitats per potenciar els productes de les DOP i IGP ●

Des de dalt: Marc Taribó, Tom Ardiaca, Josep Fabregat i Ramon Sentmartí.

>>Construint bones marques

Ponents: Joan Llonch, Alba Puig, Jaume Flores i Màxim López.

Alba Puig, responsable de comunicació de Mercabarna, va afirmar que “entre tots construïm la marca Mercabarna”, fent referència a tots els operadors que treballen al recinte d'aquesta unitat alimentària.

A la seva intervenció va descriure l'últim canvi d'imatge de marca com l'objectiu de més posicionament davant del consumidor final i no

En l'aposta de Barcelona per la xarxa de mercats, el fruïter hi jugui un paper fonamental com a prescriptor de fruita i hortalissa

només enfocat al professional, amb els valors de proveïdor de producte fresc, formadors com a gestor d'ocupació i sostenibilitat i respecte pel medi ambient.

També va opinar que “reconstruir i potenciar una marca cal fer-ho sempre”. Va aportar una dada significativa: la gent gran coneix Mercabarna però, en canvi, els joves la desconeixen. En aquest sentit, les campanyes com “5 al dia” ajuden a posicionar Mercabarna entre la població més jove.

Seguint amb la marca Mercabarna, **Jaume Flores**, president de l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM), va manifestar que “la marca Mercabarna no només és la institució, és l'esforç de l'administració i d'empresaris que han posicionat Mercabarna com el primer mercat del sud d'Europa”.

De les paraules de Flores es reconeix la col·laboració entre administració pública i empresa privada a Mercabarna i que el model de Mercabarna es referent per altres unitats alimentàries i empreses de fresc.

Per la seva banda, **Joan Llonch**, president de l'Associació de Concessionaris de Mercabarna (ASSOCOME) i operador de fruita i hortalissa, va qualificar Mercabarna

com “l'enveja de molta gent en contrapartida d'aquells que volen que desaparegui” i va afegir que “Mercabarna es uneix a tots els operadors i també als compradors”.

Segons es conclou de les paraules de Llonch una de les principals funcions, potser la més important, de Mercabarna és marcar al preu del producte perquè si no recauria a les grans superfícies i també que “Mercabarna sempre mira endavant”.

Màxim López, gerent de l'Institut de Mercats Municipals de Barcelona, va remarcar “l'aposta pública de la ciutat de Barcelona per la xarxa de mercats davant d'un model que s'està perdent a les ciutats del món occidental”.

Va emfatitzar “la marca global mercats de Barcelona”. Als mercats municipals es troba infinitat de productes, de marques, de grafismes (cada mercat té la seva pròpia imatge)... tot plegat “és marca mercats de Barcelona”.

A la seva exposició va qualificar “els paradistes dels mercats com els “youtubers del producte fresc” •



Des de dalt: Alba Puig, Jaume Flores, Joan Llonch i Màxim López.



>> **Les imatges de la Trobada 2018.** Recull d'imatges que vol ser un tast de la Trobada 2018 del Gremi de Fruïters: taules rodones, intervencions, intercanvis d'opinió, sopar... i, en especial, el monòleg de Víctor Parrado que va interactuar amb els assistents de forma molt divertida i simpàtica ●





Víctor Parrado,
còmic, monologuista i
artista polifacètic va
delectar als assistents amb
un monòleg fet a mida
amb moments molt
divertits i desenfadats i la
participació dels assistents





Felices fiestas Bones festes
Merry Christmas

>>Calendari 2019 del Gremi de Fruïters

El calendari vol ser una eina de **vincle** més amb el professional fruïter, i alhora el consumidor, a través de l'etiqueta **Catalunya Fruïters** de Facebook.

Sota el títol **Qualitat i Prestigi**, el Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona ha editat el calendari de paret 2019 que compta amb el patrocini d'empreses i marques de fruïtes i hortalisses els 12 mesos de l'any.

PATROCINADORS. Per ordre d'aparició: Torres, Livinda, Monterosa, Exòtica Premium, Zespri, Fashion, Bruñó, Gabaceras, Frunet i Fragaria.

Aquest calendari està pensat i ideat per ser penjat a la parada del mercat i a la botiga del carrer.

VINCLE. Aquest calendari també pretén ser una eina de vincle més amb el professional fruïter, i alhora amb el consumidor, a través de l'etiqueta Catalunya Fruïters de Facebook •



>>Distintiu del Gremi de Fruïters



Aquest distintiu pretén comunicar i transmetre al gran públic el **valor afegit** que suposa estar agremiat al Gremi de Fruïters.

El Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona ha començat a repartir entre els agremiats un **distintiu exclusiu** com a membre d'aquesta entitat per col·locar a les parades dels mercats i botigues de carrer.

DISTINTIU. Es recomana col·locar el distintiu en un lloc visible de la fruïteria perquè sigui fàcilment identificat i reconegut pel gran públic, sent una eina de garantia i fiabilitat per al client, a més del valor afegit que suposa a cada fruïter pertànyer al Gremi de Fruïters •

30è aniversari del canvi d'horari del Mercat Central

L'AGEM va organitzar l'acte de commemoració dels trenta anys de canvi d'horari nocturn a diürn del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna.

El passat mes de novembre va tenir lloc l'acte de commemoració del 30è aniversari del canvi d'horari del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna i la presentació del llibre *De la foscor a la llum*. L'acte va ser organitzat per l'Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona i Província (AGEM) i es va dur a terme en el marc d'un sopar.

TREBALLAR DE DIA. El Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses de Mercabarna és l'únic mercat majorista que treballa de dia gràcies a l'empenta i l'esforç unitari d'una junta directiva que va lluitar, i molt, per tal d'aportar al Mercat entre d'altres molts valors afegits, conciliar vida laboral i familiar, ampliar el ventall de negocis, donar pas a les següents generacions, facilitar la inserció laboral de les dones...

Durant l'acte es va homenatjar a les persones que en aquells anys formaven part de la Junta Directiva de l'AGEM, encapçalada pel president Joan J. Llonch.

De la foscor a la llum és un recull de memòries, anècdotes, curiositats, fets i personatges dels cinquanta anys de Mercabarna coescrit per Josep Faura i Lluís Lainz

LLIBRE. Durant l'acte també es va presentar el llibre *De la foscor a la llum*, editat per l'AGEM.

El llibre és un recull de memòries, anècdotes, curiositats, fets i personatges dels cinquanta anys de Mercabarna coescrit per Josep Faura, antic director del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses, i Lluís Lainz, periodista, escriptor i entrenador de futbol.

De la foscor a la llum és un llibre entretingut, fet amb molta il·lusió, i que s'adreça a totes les empreses, tant majoristes com detallistes, pro-



>> Fotografia de família. A l'acte de commemoració del 30è aniversari del canvi d'horari del Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses es va homenatjar a les persones que en aquells anys formaven part de la Junta Directiva de l'AGEM. Des de l'esquerra: Miquel Areste, Josep Calvo, Enric Colomer, Alicia Badia (en memòria de Martí Campderros), Salvador Catasús, Natalia Berenguer (en memòria de Jaume Berenguer), Paco Soler, Jordi González, Víctor Sangrà, Carmen Puig, Joan Llonch, Carles Martí, Casimiro Llorens; i els actuals vicepresident i president Pere Prats i Jaume Flores, respectivament.



Lluís Lainz (esquerra) i Josep Faura amb Jaume Flores, coautors del llibre *De la Foscor a la llum*.



veïdors, clients i a totes aquelles persones que directament o indirectament han tingut vinculació amb el Mercat Central de Fruïtes i Hortalisses.

El llibre –en català i castellà– és a la venda a les oficines de l'AGEM a Mercabarna, C/ Major, núm. 75. Pavelló G, 2a planta ●

Informació facilitada per l'AGEM





www.fratelliorsero.es
#Orsero_es





Sandía Fashion, "Sabor Saludable" tot l'any

AGF (Asociación Grupo Fashion) consolida el seu objectiu de tenir presència els 12 mesos i aposta per la conveniència a través d'un suc 100% natural amb la fórmula de co-branding juntament amb la productora murciana Cool Vega Company.

El nou suc s'adquirirà en l'espai de refrigerats i es presentarà en format de 33 cl i l'objectiu d'ampliar la gamma de productes en el futur. Serà a partir de 2019, coincidint amb la campanya de producció nacional, quan el Grup AGF començarà a distribuir el seu nou suc **Corazón de sandía Fashion** en co-branding amb la marca Vib i comercialitzat per Cool Vega.

Amb aquesta nova aposta, Grup AGF ofereix un producte de conveniència a fi d'estar disponible per al consumidor nacional els 12 mesos de l'any. En aquest sentit, la marca ha consolidat un calendari de comercialització de síndria fresca cobrint els mesos de febrer a octubre.

MARCA DE SALUT. El projecte està alineat també amb l'estratègia de marca de salut que desenvolupa, des de fa anys, el seu departament d'R+D+I; així, per una banda es troba la recent renovació de l'acord que manté des de 2010 amb la Fundació Espanyola del Cor (FEC) i, d'altra banda, assenyalen les evidències científiques que llancen l'estudi realitzat en col·laboració amb la Universitat Politècnica de Cartagena i publicat a la prestigiosa revista Food & Nutrition Research, el 2017.

En aquest estudi es posa de manifest els beneficis del consum de Sandía Fashion per a la pràctica esportiva gràcies al seu alt contingut en compostos actius com la citrul·lina, (component bioactiu indicat per als esportistes que afavoreix la ràpida recuperació muscular després de fer esforços intensos); o el licopè, (potent antioxidant segons avalen nombroses evidències científiques).

Amb aquesta nova referència, Grup AGF ofereix al consumidor al seu "Sabor Saludable" tot l'any que informa al consumidor que és la fruita líder en licopè i citrul·lina.

Fashion es converteix en la primera marca de síndria disponible tot l'any ja sigui com fruita fresca i/o suc ●

Afrucat-Espai Fruita, nova seu social d'Afrucat

Espai Fruita neix amb la idea de convertir-se en el gran centre del sector fructícola català i compta amb espais multifuncionals i sales amb diferents capacitats.

El passat divendres 9 de novembre es va inaugurar la nova seu d'Afrucat, l'**Associació Empresarial de Fruita de Catalunya**, que s'ha batejat amb el nom d'**Espai Fruita**, al carrer Corregidor Escofet de la ciutat de Lleida.

Una caricatura d'Ermengol Tolsà, signada pels protagonistes de la inauguració, lluirà a l'entrada de la seu social d'Afrucat. A la fotografia, començant per l'esquerra, Carmel Mòdol i Joaquim Ferrer, secretari general d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació i secretari d'Empresa i Competitivitat del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya; Manel Simón i Francesc Torres subjectant la caricatura, director general i president d'Afrucat; Fèlix Larrosa, alcalde de Lleida; i Rosa Pujol, vicepresidenta de la Diputació de Lleida.

LABORATORI. La nova seu, amb un espai central en forma de poma i capacitat per a un centenar de persones, pretén ser el gran centre del sector fructícola català i albergarà les oficines d'Afrucat i de la DOP Pera de Lleida. Una novetat important serà la creació d'un laboratori preparat per realitzar anàlisis fisicoquímiques de la fruita. La nova seu, àmplia i amb espais multifuncionals i sales amb diferents capacitats, compta amb 1000 metres quadrats encara que Afrucat farà servir la meitat i la resta es llogaran.



DOP PERA DE LLEIDA. Durant el passat mes de novembre es va dur a terme la promoció de la pel·lícula *La increïble història de la pera gegant* a diversos establiments de venda de fruita de Barcelona, Girona i Madrid. El film ha estat patrocinat per **Denominació d'Origen Protegida Pera de Lleida**.

Aquesta pera no es recull fins que té el suc i la duresa que marca la DOP. És una pera amb un segell de qualitat certificat per Europa que assegura que és una pera que sempre és bona, de proximitat i de qualitat, produïda en diferents poblacions de Lleida ●

gironafruits

la nostra **fruta**
naturalment



Ctra. Palamós, 7 - 17462 Bordils - Girona
Tel. 972 490 002 - Fax 972 490 029
www.gironafruits.com




eScriggourmet



de la **huerta**
a su **mesa**

www.frutasescrig.com



MERCAMADRID

madrid@frutasescrig.com

EXFORPE, S.L.

481512 Faurs (Valencia)
Tel. 96 260 23 03
Fax. 96 260 29 09
frutasescrig@frutasescrig.com

MERCABARNA

barcelona@frutasescrig.com

>> Degustacions de l'alvocat **Exòtica Premium**

La firma **Cultivar**, amb la col·laboració del **Gremi de Fruïters**, va programar degustacions de l'alvocat **Exòtica Premium** a diversos mercats municipals de Barcelona i Cornellà de Llobregat.

Durant el passat mes de novembre la firma **Cultivar** va dur a terme degustacions de la seva marca d'alvocats **Exòtica Premium** a sis mercats municipals –cinc de la ciutat de Barcelona i un a la localitat de Cornellà de Llobregat– amb la col·laboració del **Gremi Provincial de Detallistes de Fruïtes i Hortalisses de Barcelona**. Els mercats visitats a Barcelona van ser Horta, La Llibertat, Sants, El Ninot i Sant Antoni; i a Cornellà de Llobregat, el mercat de Sant Ildefons.

Donar a conèixer al comprador de fruites dels mercats municipals les propietats que diferencien aquest alvocat dels altres és l'objectiu principal d'aquestes degustacions. En aquest sentit, les degustacions són molt ben acceptades pel consumidor final i pel fruïter. Assenyalar que, dies abans de les degustacions se'n informa als fruïters de cadascun dels mercats de la promoció amb la finalitat de poder oferir el producte al seu client i aprofitar, encara més, el ressò d'aquesta acció promocional.

Durant els dies de la degustació, divendres i dissabte són els dies amb més afluència de públic als mercats, es va regalar una bossa de la marca **Exòtica Premium** a cada client que comprés aquesta fruita ●



Les degustacions són molt ben acceptades pel consumidor final i pel fruïter dels mercats que valoren molt positivament la qualitat de l'alvocat

Exòtica Premium, marca de la firma **Cultivar**



Un compte Pensat per tal que els autònoms, els comerços, els despatxos professionals i les petites empreses es facin grans.

Compte Expansió Negocis Plus PRO

Bonifiquem la teva quota d'associat

1 / 6

Aquest nombre és indicatiu del risc del producte. Així, 1/6 és indicatiu de menys risc i 6/6 és indicatiu de més risc.

Banco de Sabadell, S.A. es troba adherit al Fons Espanyol de Garantia de Dipòsits d'Entitats de Crèdit. La quantitat màxima garantida actualment pel fons esmentat és de 100.000 euros per dipositant.

10% + **0** + **Fins a 20€** + **Gratis**

de la teva quota d'associat, màxim 50 €/anuals.*

comissions d'administració i manteniment.

bonificació de l'1% fins a 20€ bruts al mes en l'emissió de nòmines i assegurances socials, abonament efectiu a partir del 3r mes.

Servei Kelvin Retail, informació sobre el comportament del teu negoci.*

Truca'ns al **900 500 170**, identifica't com a membre del teu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

* Bonificació del 10% de la quota d'associat amb un màxim de 50 euros per compte amb la quota domiciliada, per a nous clients de captació. La bonificació es realitzarà un únic any per a les quotes domiciliades durant els 12 primers mesos, comptant com a primer mes, el de l'obertura del compte. El pagament es realitzarà en compte el mes següent dels 12 primers mesos.

1. Rendibilitat 0% TAE.
2. Si domicilies conjuntament l'emissió de nòmines i assegurances socials i, a més a més, si fas un mínim de cinc operacions mensuals amb qualsevol de les seves targetes vinculades al compte, et bonifiquem l'1%, amb un màxim de 20 euros bruts/mes. La bonificació s'aplicarà a partir del tercer mes de l'obertura del compte. El primer abonament s'efectuarà durant el quart mes a partir de l'obertura del compte i es calcularà prenent com a base els càrrecs del tercer mes realitzats en concepte nòmina i assegurances socials. Els següents processos de revisió/bonificació es faran mensualment.
3. Comptaràs amb un servei periòdic d'informació actualitzada sobre el comportament del teu comerç, els teus clients i el teu sector, per ajudar-te en la presa de decisions. També t'oferim el TPV en condicions preferents.

Les excel·lents condicions esmentades del Compte Expansió Negocis Plus PRO es mantindran mentre es compleixi l'únic requisit d'ingressar un mínim de 3.000 euros/mensuals (s'exclouen els ingressos procedents de comptes oberts al grup Banc Sabadell a nom del mateix titular). Si al segon mes no es compleixen aquestes condicions, automàticament el Compte Expansió Negocis Plus PRO passarà a ser un Compte Professional. Oferta vàlida des d'octubre 2018.

bancsabadell.com

Captura el codi QR i
coneix la nostra news
Professional Informa



Meló ecològic de Bruñó

"La melonería by Bruñó" és un espai únic dedicat a l'aprenentatge, l'experimentació i la diversió del meló.



Frutas Bruñó cultiva el seu Melón Ecológico a través de l'agricultura ecològica i seguint el model de producció de sostenibilitat ecològica i social.

La gamma de melons **Bruñó** contempla Melón 5 estrellas, Melón Gran selección frutería, Melón Selección premium, Melón Mini Gourmet i Melón Ecológico.

MELÓ ECOLÒGIC. A través de l'agricultura ecològica i seguint el model de producció de sostenibilitat ecològica i social Frutas Bruñó cultiva el seu Melón Ecológico. D'aquesta manera aconsegueix un producte de màxima qualitat i sanitat, amb un color, un sabor i aroma intensos i naturals.

Per cultivar aquest meló ecològic, Frutas Bruñó respecta la natura i els

A partir de la tardor **Bruñó** trasllada la seva producció nacional de meló i síndria sense llavor a països amb clima tropical com Brasil, d'octubre a febrer, i Senegal, març i abril

seus cicles naturals. No fan servir fitosanitaris ni fertilitzants químics en les tècniques de cultiu.

MELÓ DE BRASIL I SENEGAL. Amb la idea d'aconseguir qualitats similars a les obtingudes en la producció nacional, Frutas Bruñó trasllada la seva producció a països amb clima tropical com Brasil, d'octubre a febrer, i



Empresa online de l'any

Frutas Bruñó rep el guardó en la categoria d'empresa online de l'any dels premis *Estrellas de Internet*, atorgats per la revista Fruit Today Euromagazine, on es valoren de forma global totes les accions en línia: blogs, xarxes socials, internacionalització en diferents idiomes, així com facilitat d'ús del web.

Els premis *Estrellas de Internet* volen reconèixer les empreses del sector de fruita i hortalissa que s'esforcen cada dia per tenir una bona presència a Internet ●

Senegal, als mesos de març i abril. Del país africà també prové la síndria sense llavors.

L'elecció d'aquests països correspon a uns criteris i requisits essencials per mantenir, assegurar i garantir l'excel·lència de la qualitat del meló Bruñó amb estreta col·laboració entre els agricultors i el seu equip de compradors als llocs d'origen.

LA "MELONERÍA BY BRUÑÓ". **"La Melonería by Bruñó"** és un espai únic dedicat a l'aprenentatge, l'experimentació i la diversió del meló.

En la recerca constant de la perfecció, cadascuna de les fases del procés se sotmet a contínues investigacions. "Portem anys innovant en el procés de producció, fabricació i venda del meló. Però, en el més important, la forma de menjar, queda molt per fer", assenyalen des de Bruñó. I afegixen que per això "hem creat La Melonería, un lloc d'aprenentatge i generació d'experiències, on traurem el màxim suc a la nostra benllogada fruita". A més, reconeixen que "a Bruñó treballem el meló des d'abans que es planti i seguim protocols de cultiu, recol·lecció, selecció i envasat enfocats a garantir un producte òptim per al seu consum".

Bruñó aposta així per un innovador concepte en el qual poder degustar, gaudir i, fins i tot, divertir-se amb receptes creades especialment per a "La Melonería" amb la participació del xef referent en cuina verda **Rodrigo de la Calle**.

A **www.lameloneria.com** podeu trobar les receptes de Rodrigo de la Calle, informació del procés que segueix el meló i la biblioteca del meló ●



mercabarna



Calendari del Mercat Central de Fruites i Hortalisses de Mercabarna 2019

Gener

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Febrer

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

Març

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Abril

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Maig

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Juny

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Juliol

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Agost

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Setembre

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Octubre

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Novembre

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Desembre

DL	DT	DC	DJ	DV	DS	DC
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

mercant tancat



Encara no el coneixes?
Els teus clients segur que sí.

El penjadis, el tomàquet per sucar que més es ven.



Els tomàquets El Penjadis, els trobaràs als pabel·lons de Mercabarna i es distribueixen en diverses presentacions. Informa't, truca al

93 336 34 53

o envia'ns un e-mail a elpenjadis@elpenjadis.com

www.elpenjadis.com

uniq

garantía·calidad·cartón



LA COMBINACIÓN PERFECTA PARA TUS FRUTAS Y HORTALIZAS



SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD,
SOMOS CARTÓN, SOMOS UNIQ
www.grupouniq.com | www.afco.es

